

AGENCE
PIERRE KATZ
PARIS

WWW.PIERREKATZ.COM

IDENTITÉ DE MARQUE/
DIRECTION ARTISTIQUE & DESIGN

NOTRE PROMESSE

Nous participons à des stratégies de valeurs et de différenciation en augmentant les ventes et en créant de la valeur durable.

Nous créons de la reconnaissance de marque et de la singularité.

Nous dessinons des signes de ralliement pour chaque Maison.

Nous révélons des identités à l'évidence et à la légitimité intemporelle.

NOS SAVOIR-FAIRE

Identité de marque

Conseil en design et sémiologie

Direction artistique

Stratégie de marque

Chartes graphiques

Packaging

Design volume

Naming

NOTRE APPROCHE

Histoire et culture

Mener des recherches historiques et iconographiques.

Explorer les archives.

Faire surgir les valeurs et les intangibles.

Ressentir le tempérament de chaque Maison.

De l'idée à l'objet

Appréhender les enjeux économiques et techniques.

Être à l'écoute, empathique, disponible et réactif.

Travailler en partenariat sur la durée avec les marques.

No design

Créer une évidence des signes par-delà les styles et les tendances.

Formaliser du sens.

Épurer, éviter le décoratif sans tomber dans la banalité.

Sur-mesure

Révéler les signes existants porteurs de sens.

Définir les codes et le langage graphiques qui ancreront la marque.

Composer, ciseler, équilibrer.

Précision

Contrôler l'ensemble de la chaîne graphique.

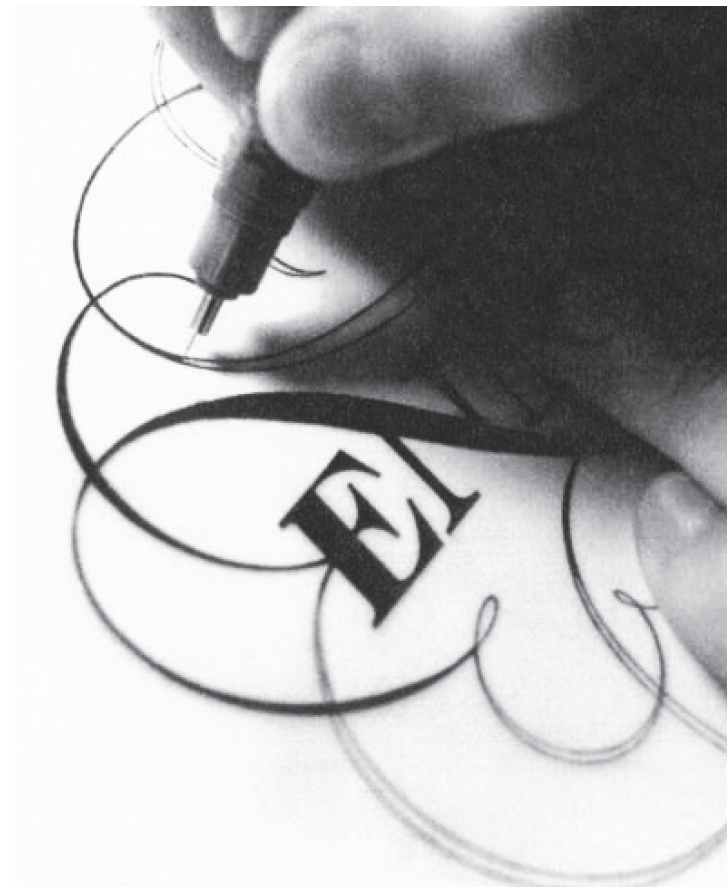
Assurer la lisibilité et la reproductibilité.

Répondre de la réalisation finale en fonction des choix techniques.

Pérennité

Inscrire l'identité de marque dans la durée.

Lui conférer une présence naturelle et légitime.



VINS & SPIRITUEUX



Ruinart

LA PLUS ANCIENNE MAISON
DE CHAMPAGNE

Ruinart

Design du logo. Dessin de la typographie et de l'emblème



Ruinart
Design des habillages et des coffrets



Dom Ruinart



Dom Ruinart
Design des emballages et des coffrets





Crème de Cassis Lejay Original
Design de l'habillage





CHÂTEAU DE POMMARD
DEPUIS 1726





RÉMY MARTIN
FINE CHAMPAGNE COGNAC



Rémy Martin, 1738 Accord Royal
Design de l'habillage et du coffret





Rémy Martin, 1898 Coupe Fine Champagne
Design de l'habillage et du coffret



Cointreau Noir
Design du logo. Design de l'habillage

Dom Pérignon





Dom Pérignon
Redesign de l'habillage











Moët & Chandon, Trilogie des Grands Crus
Design des habillages

Moët & Chandon Louis Vuitton Cup
Design des habillages





A. DE FUSSIGNY
COLLECTION

Cognac A. de Fussigny

Design du logo. Dessin de la typographie et de l'emblème



MODE & PARFUMS

ALAÏA
PARIS



Alaïa Parfums

Application du logo, dessin et composition du motif

Jour d'Hermès





ROGER & GALLET

PARIS

Scarlett

Thierry Mugler

Thierry Mugler

Redesign du logo. Dessin de la typographie

SONIA RYKIEL

PARIS

HOTELS & GASTRONOMIE





Favarger
Application du logo



Cinco Jotas

Design du logo. Dessin de l'emblème et de la typographie



Cinco Jotas
Application du logo (agence Morillas, Barcelone)





S O F I T E L
Legend



Sofitel Legend

Création du système graphique des logos d'hôtels
Design des logos Metropole et Old Cataract

CULTURE & MEDIAS

Le Point



PIERRE KATZ

*Designer typographe
& directeur de création*

Pierre Katz est fasciné dès l'enfance par l'expression graphique et ce qu'il nommera plus tard «le monde des signes». Son père médecin collectionneur d'art et sa mère chanteuse lyrique reçoivent de nombreux artistes, et c'est en observant un peintre surréaliste tracer un dessin automatique qu'il perçoit pour la première fois «l'évidence du geste révélateur du sens, comme un prolongement de l'esprit».

Plus tard, l'amour des lettres canaliserait la compulsion du dessin. Lycéen latiniste, passionné de littérature, il est particulièrement sensible à l'étymologie, et remontant le fil de l'humanité, se passionne pour l'histoire de l'imprimerie, de l'écriture, et l'art premier des signes qui symbolisent le monde sensible, transcrivent l'expérience commune à tous les hommes indépendamment de leur culture.

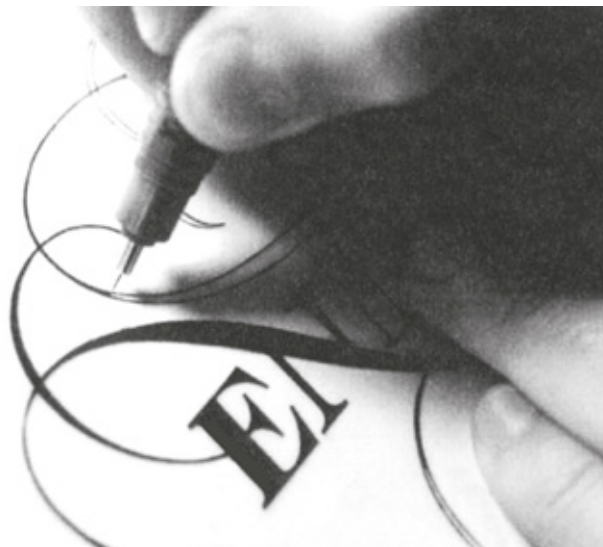
«Choisir un mot et renforcer sa signification par un graphisme approprié». Pierre Katz se souvient de la consigne de l'épreuve de dessin du baccalauréat car elle l'ouvre au monde de la typographie. Cette discipline, au sens le plus rigoureux du terme, séduit tout à la fois

le littéraire et l'artiste. Il la définit comme «un artisanat de précision qui impose de maîtriser la forme jusqu'à son aboutissement : l'adéquation parfaite, naturelle et sans fioritures avec le fond.

De sa rencontre avec Peter Knapp à l'école Penninghen, de la fréquentation des grands typographes français, américains et suisses, à ses débuts avec Carré Noir et Desgrippes, Pierre Katz retient des enseignements mais surtout l'envie de suivre sa propre voie. Autodidacte en perpétuelle recherche, il collectionne les ouvrages de typographie, explore la calligraphie de l'anglaise à la japonaise, et aborde la sémiologie, les sciences cognitives et la psychanalyse.

Formé à l'édition et à la signalétique, il conçoit le signe dans son environnement, en prise avec son époque, et se spécialise dans le dessin de logotypes : «ce signe qui signe la marque, révèle son identité et sa personnalité avec immédiateté, clarté et permanence». Quand il crée une identité de marque ou dessine une étiquette, son approche est esthétique sans être décorative : il s'agit de formaliser du sens, par un sur-mesure qui distille la culture dans l'épure.





AGENCE
PIERRE KATZ
PARIS

50, AVENUE PARMENTIER 75011 PARIS - TEL: 33 (0)1 43 38 04 26
CONTACT@PIERREKATZ.COM - WWW.PIERREKATZ.COM